

【新闻与传播】

互联网背景下社区媒体在基层治理中的功能重构

王海涛

摘要:随着互联网技术的快速发展,社区媒体面临着社会结构变化和媒体转型的双重挑战,参与社区信息传播的传统功能定位迷失,自身价值不断消解。回归本源,来源于社区的社区媒体,应在基层社会治理中主动作为,在建构社区传播系统中发挥核心协调作用,凝聚线上、线下空间,打通信息传播隔阂,吸纳多元治理主体,聚焦沟通对话,营造公共空间,实现从信息传播到主动承担基层治理需求的功能重构。

关键词:社区媒体;传播;基层治理;功能重构

中图分类号:G206

文献标识码:A

文章编号:1003-0751(2020)02-0160-06

党的十八届三中全会首次提出,推进国家治理体系和治理能力现代化。基层治理是社会治理的基础,城市的社区治理、农村的村级治理都属于基层治理范畴。在城市中,社区是社会治理的单元细胞。关于社区的定义非常多,大部分社区定义包含了地理区域、社会互动、共同关系这三个特征。社区是物理空间与精神空间的结合,而日常生活中提到的社区更多是居民的“居住小区”。互联网技术的出现打破了社区物理区域的限制,社区本身的内涵更加丰富。我国社区建设正从传统的管理模式向现代化的治理模式转变。社区管理转向社区治理,急需社区治理主体的多元化,调动各种力量参与到社区建设中。这就迫切需要改变当前各治理主体“自说自话”的现象,在社区中搭建协商对话的平台。在社区的形成和发展历程中,媒体、传播与社区有着天然的密切联系。从某种程度上说,没有传播就没有社区。社区传播对于社区治理有着重要意义。所谓传播构成社区即是此意。^①

自第一份社区报《南山日报》2001年创刊算起,我国社区媒体只有十多年的历史。目前,我国的社区媒体主要有三类:一类是以传统社区报发展而来的社区媒体,这类社区媒体主要隶属于报业集团;一

类是以社区网站、论坛为主体的社区媒体,这类社区媒体有的完全商业化运作,有的依靠政府运营;还有一类是社区居民自发形成的微信群、QQ群等,这类社区媒体带有一定的居民自治性质。第一类属于传统社区媒体;后两类属于新型社区媒体,可称为网络社区媒体。伴随着互联网技术的快速发展,以社区报为代表的传统社区媒体和以社区网站、QQ群、微信群等为代表的网络社区媒体交叉发展,面临着“社会结构和新闻业的双重转型”^②。社区媒体的未来在哪里?笔者认为,应该重新认识社区媒体的功能和价值,才能找到新的出路。

一、媒介功能论视角下社区媒体的传统功能

传统的大众媒体一般具备环境监测、社会协调、社会遗产传承和娱乐等四项基本社会功能。社区媒体的基本功能是在大众媒体的基本功能基础上发展而来的,但社区媒体与受众之间的联系更加直接,具有区域性、服务性、参与性、公共性四个特点。其功能主要表现在以下四个方面:

第一,信息传播功能。社区媒体以社区报纸、社区APP、社区网站、社区公示栏等为载体,主要通过报道社区新闻、刊载社区活动通知等方式实现信息

收稿日期:2019-05-27

作者简介:王海涛,男,中国人民大学公共管理学院博士后研究人员(北京 100872)。

传播。社区新闻发生在社区中,多是和居民生活息息相关的人和事,与社区居民有着天然的接近感和亲切感,其“烟火气”和“人情味”更浓。同时,在我国社区媒体的信息来源中,来自政府渠道的信息所占比重依然较大。一方面,很多社区报纸与当地政府机构合办,社区报纸上有固定的版面和栏目刊登政府发布的有关消息和通知;另一方面,政府力量在我国社区建设中依旧占据主导地位,很多社区新闻和社区活动的主体就是政府本身。

第二,社区服务功能。过去,社区媒体通过提供信息和举办活动等方式为社区居民提供相关服务。在这个过程中,社区媒体担当起服务中介的角色,把所掌握的服务信息(包括广告)和资源提供给居民供其选择。现在,很多社区媒体直接在社区中成立了社区服务中心,从服务中介走向了服务前台,向居民直接提供各项便民服务。社区服务功能的深化与拓展标志着我国社区媒体发展进入一个新阶段。

第三,社区动员功能。社区媒体通过媒体广而告之和资源整合的优势把社区居民的需求和期望转化成广大居民参与的行动。社区媒体发布“邻居节”“换物节”等活动的举办信息,把社区居民的日常需求转化为具体行动,发挥其社区动员功能。尽管社区居民的个体利益诉求各不相同,但由于其居住地域相同,在事关社区整体利益的问题上往往能达成基本认同。社区认同感的强弱因人而异,但在一定的关联因素(如共同的兴趣、话题、经历、看法等)激发下,就能显现出来。社区媒体本身就是多种信息、需求汇聚的平台,通过把居民的需求分类,设置若干相关议程,进而实现社区动员。

第四,公共平台功能。相对大众媒体等专业性媒体而言,社区媒体的草根性和开放性特征较为明显。社区媒体来源于社区,成长在社区,聚焦于社区,它是社区中的一分子,也是一个更加趋于开放的平台,可以直接反映社区居民的利益诉求,也可以吸纳社区居民参与内容生产。同时,社区媒体在新闻报道、社区服务上更为聚焦。社区媒体的聚焦式传播使得社区媒体与社区居民、社区之间的联系变得非常紧密。社区媒体的开放性赋予了社区居民表达观点的权利,其聚焦性又使得这种权利的实施有了具体集中的目标对象。社区媒体公共平台的功能借由二者得以实现。

综上,在媒介功能论的视角下,社区媒体的传统

功能依旧建立在信息传播的基础上。然而,社区作为一个互动的场域,将社区媒体认定为“只是媒体”的单一功能论,难以涵盖社区中信息传播的互动和多元,同时也不利于社区媒体其他功能的充分发挥。特别是在媒体转型、媒体价值重构的当下,社区媒体具有独特的优势和价值,如果其在社区治理中的潜力被忽略,就容易出现定位的迷失。

二、社区媒体的定位迷失与碎片化的社区传播系统

在社区中,社区传播一直都存在,但社区传播系统并非一直都能发挥作用。社区传播一般是指社区内与居民生活、工作相关联信息的传播。基于社区内传播主体的多元,社区传播包括人际传播、组织传播、大众传播等。多种传播形式在社区存在运行,它们之间的排列组合构成了社区传播系统。

作为独立于政府、居民之外的“第三方力量”,社区媒体理应发挥其社区传播系统建构主力军的作用。然而,在现实中,社区媒体出现了自我定位的迷失,仍局限于信息传播这一大众化媒介的传统功能,没有真正融入社区,直接导致了现有社区传播系统的低参与性和低融合度,与当前日益推进的社区治理建设脱节。

1. 社区媒体功能定位的迷失

社区媒体的功能定位往往受到大众传播理论的影响,其中最典型的是媒介功能论,即社区媒体所具有的媒介功能是将大众传播背景下的媒介功能移植到社区中的具体体现。然而,简单地将社区媒体视为宣传与沟通的工具,显然忽视了社区的复杂性。社区媒体不应只具有工具价值和单一功能,而是将其视为社区中多元场域各种机制运作的一环^③。这种功能定位的迷失在社区媒体的主要代表社区报上表现突出,主要体现在以下三个方面:

(1)社区概念泛化。所谓社区概念泛化,指把小众媒体变成了大众媒体,即把社区报办成都市报或机关报。在我国,社区的概念常被放大化,原本的小型居住地域被放大成一个区、一个城市乃至一个省,社区报也由小众媒体变成了大众媒体,除了社区报的口号和名头,从内容采编到发行运营在本质上成为都市报。在目前报业市场整体萎缩、竞争饱和的情况下,一份打着社区报名头、内容却与都市报高度同质化的报纸是很难生存下来的。社区报在美国报业市场一枝独秀的局面,在于其不可取代的独特

价值。社区报关注的是小众群体,走的是差异化竞争的道路。社区报通过对小众社区群体的关注,服务他们的日常生活工作,从而与社区居民建立起高频度、密联系的强关系。社区报与居民之间建立的强关系,不仅仅是立足于信息内容,更多的是生活服务。

(2)价值单一化。社区媒体的价值较为多元,其社会价值大于市场价值。我国社区媒体多为都市类媒体所办,从诞生之初就带有较强的市场属性,在发展中难免出现价值失衡现象,即把社区媒体当成盈利工具。社区报从诞生之初的公益性决定了其最大的功能在于服务社区居民进而构建社区归属感。公益性是社区报的生存之本,围绕公益性产生的与社区居民的强关系是社区报抵抗外来冲击的立足点所在。然而社区报在初创时期需要大量资金投入,经过长时间培育才能真正在社区扎根,期冀社区报尽快盈利反哺现有媒体不现实。社区报与社区居民关系的构建需要长时间、高频度、公益性的关联,这背后需要大量资金的支持。一味追求利润,将导致社区报进入恶性循环:利润越少越无法通过举办公益活动、免费发放等吸引社区居民关注;居民越不关注,社区报存在的价值就越小,更谈不上有广告投放,最后只能停刊。社区报需要做的是培育社区这个平台,而不是在社区平台尚未形成时就想方设法从中获取利润,这样无异于涸泽而渔。

(3)漠视社区媒体的公益服务性。社区媒体不仅是新闻媒体,更是社区公益服务平台。社区报在我国发展缓慢的根本原因在于忽视了社区报的公益服务属性。作为一份报纸,社区报具有市场和社会双重属性。然而社区报诞生是为社区居民服务,其公益服务性大于市场性。这种公益服务性在长期服务社区居民中逐渐显现,并最终获得社区居民的认可。一些社区报从创办之初就带着强烈的功利目的,追求“短、平、快”的效果,违背了社区报“润物细无声”的独特品性。社区报的成长需要从一位位社区居民的认可开始,从一件件看似微不足道的社区琐事开始,需要的是“精准”与“慢炖”。

2.低参与性和低融合度的社区传播系统

社区不是建构在强制力基础上的服从和管理,而是在对话和互动中彼此建构存在的角色和职责,这是一个动态平衡的过程。要实现社区治理的动态平衡,需要社区传播系统发挥其应有的作用,促成社

区各主体之间的对话和互动。社区中有社区传播现象,但并不一定具备社区传播系统。社区传播只有系统化存在并发挥作用,才能使社区各要素之间各司其职,又互相支援,从而实现社区居民需求的最大化满足,对社区产生积极的作用。

社区内存在多个治理主体,政府、社会、居民是社区治理的重要力量,体现在社区层面上即存在着街道办事处、居民委员会、物业服务公司、社区社团组织、社区居民等五方力量。每个治理主体都是传播主体,他们彼此间的传播构成了系统性的传播。^④

对社区各主体而言,政府、居委会、物业公司作为组织机构,它们对社区传播系统的运用效率和水平要远远高于分散化的居民主体。社区传播系统中各主体的话语不平衡使居民主体处于更加弱化的境遇。尽管新媒体的出现使这种不平衡状态有所改变,但在整体社区传播系统中,居民主体的传播弱势现状并未彻底改变。

从信息的传播源头来看,关于社区事务的信息通常是来自社区居委会、物业公司的告知性信息。而根据社区治理的目的,很多信息应该与社区居民沟通后再对外发布,让社区居民充分参与信息制定环节,真正调动其参与性并建构其主体性。

从信息传播的趋向来看,组织机构自上而下的传播与居民的横向传播并存。在社区传播系统中,传统的传播主体是政府、居委会、物业公司等,它们是信息的策源地和发出者。个体化的社区居民处在传播的终端位置,是信息的被动接受者和反馈者。信息依循自上而下的传播路径,以张贴通知、召开会议等形式在社区传播系统中运行。居民个体在整个传播系统中分散式存在,居民层面的横向传播不充分,其共识难以凝聚并被充分表达。

尽管目前社区居民可以借助互联网媒体进行沟通交流,然而这种横向传播并不固定,“网络媒介编织的社会网络与其他传统社会网络产生了根本性的区别——稳定性差”^⑤。仅依靠信息的传播而不付诸行动,社区居民很难取得与政府、物业等平等对话的权利和地位。特别需要指出的是,由于社区内本身缺乏与其他治理主体的沟通渠道,往往需要借助社区外大众媒体的介入才能实现自下而上的信息传播,实现自我主体性的建构。

从信息系统的运行来看(见图1),社区传播系统中各传播主体的传播子系统各自独立,彼此之间

缺乏联系。社区居委会、物业公司有其固定的传播渠道和信息发布习惯,社区居民则通过社区论坛、网络社群等媒介彼此沟通交流,三者之间缺少沟通的平台和渠道。这种情况使得社区传播系统封闭运行,参与度低,客观上对本来已处于传播弱势地位的社区居民更加不利。

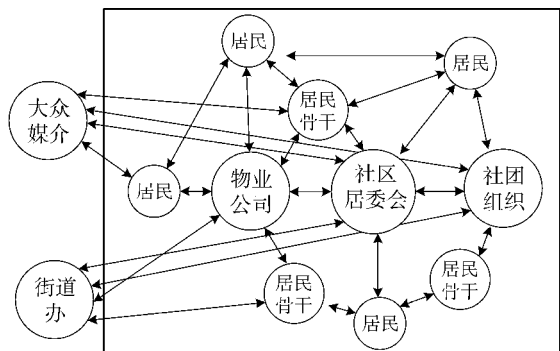


图1 社区中各传播子系统运行图

在低参与性和低融合度的社区传播系统中,社区媒体资源呈碎片化存在,传播系统条块化分割,不利于信息纵向传播的效率提升和横向传播的沟通交流。信息“盲区”和“隔阂”的长期累积,容易导致社区中政府、物业、居民彼此缺乏信任,甚至滋生不满情绪。彼此间一旦出现利益冲突,日常积累的不信任感就如火山爆发,双方可能直接跳过对话沟通的环节而走上对抗。

三、社区媒体在社区治理中功能的培育

社区媒体在中国经历了不同的发展阶段。按照产品形态进行划分,第一阶段是信息型社区媒体,这一阶段以传统的社区报为主,产品形态以社区新闻和信息为主。第二阶段是服务型社区媒体,传统社区报升级成多媒介共融的社区平台,产品形态以实体化服务和社区信息为主。传统的社区报以报纸为载体提供新闻信息,主要发挥其信息传播功能。很多社区报的创办者忽视了我国社区的特殊性,即虽然生活在同一个社区,居民整体的社区归属感却并不强,对社区公共事务的关注程度不高。一些传统社区报在定位、功能和运营上呈现出结构性变化^⑥。

社区媒体主动参与社区治理中相关功能的培育,不仅是社区媒体转型的主动需求,也是当前社区治理深入推进的内在要求。社区媒体本身就是社区中的一分子,同时具有媒体属性和“第三方”地位,在当前社区传播系统碎片化趋势持续的背景下,社

区媒体的功能转型是形势所需,也应顺势而为。

1. 建构平台、对话协商功能的培育路径

回顾社区媒体的发展历程可以看出,以社区和社区居民需求为导向的社区媒体才能真正在社区扎根。社区居民通过参与式传播实现自我赋权,社区媒体则将其信息传播功能向主动承担社区治理需求的方向转变,在构建高参与度和高融合性的社区传播系统中发挥组织协调功能。

(1)从封闭到开放:吸纳多元社区治理主体。当前我国社区传播系统中信息存在与传播的碎片化,使得政府、社会、居民三方主体之间缺乏必要的沟通,居民的主体地位因此难以落实。要改变这一局面,需要构建一个高参与度和开放式的社区传播系统。作为社区“第三方”的社区媒体在构建新社区传播系统中有其独特优势,理应发挥好应有的作用。

一是吸纳多元社区主体。社区媒体在发布信息、策划活动等方面不应再延续传统媒体以记者、编辑为中心的媒体中心模式,而应建立以社区为中心的运营模式,使社区中的政府机构、社会组织、居民代表不仅拥有媒介近用权,更有机会参与媒体运营。社区媒体应把传统媒体的议程设置功能和网络媒体“人人都有麦克风”的便利结合起来,实现从精英主导到人人参与的转变。

二是促成不同主体间的交流。不同社区主体参与社区媒体的运营,打破了信息的封闭化流通和不对称态势,将会产生信息的交流和碰撞,从而为对话与协商打下良好的基础。例如,上海《新闻晨报》在2011年将旗下的社区报《社区晨报》注册为“上海新闻晨报社区传媒有限公司”。作为独立的市场主体,该公司在多个环节实施“众包众办”,整合政府社会资源,打造出一条完整的产业链条。在合作形式上,《社区晨报》除了独立办报外,还创建了多种灵活的办报模式:与街道办合作,发行到街道办管理的各社区,如《周家桥社区报》《曹家渡社区报》;与物业公司合作,发行到物业管理的社区,如《上实物业》;与园区合作,发行到园区的企业,如《虹桥商务报》。多元主体成为社区媒体的主办者。

(2)从被动到主动:从信息传播的报道者到构建传播系统的主导者。在我国社区中,社区媒体数量少而分布散,商业性社区媒体和政府主办的社区媒体占据了社区媒体的主流,社区居民并不直接掌

握传播话语权。这一现状导致社区传播整体上处于条块分割的状态,阻碍了社区传播系统的形成。

社区媒体不仅仅是社区新闻的报道者和发布者,更应该是社区传播系统的主导者。当前社区中存在的多种传播源和传播渠道之间缺少交集,社区传播处于碎片化状态。由传媒集团创办的社区媒体,不同于商业性社区媒体,也不同于政府主办的社区媒体,它能够处在相对客观公正的立场上,兼顾政府、市场、居民三者的利益,促使三者进行对话协商。

“望京分社处理过一个事,就是夏天在道路上摆摊烧烤。开始是露天烧烤摆摊,烟很大,居民提出了意见,我们社区报报道了,结果街道办不高兴了,就把烧烤摊封了。过了几天,街道办给烧烤摊找了一间屋子,安装了空气排风净化系统,让烧烤摊进入室内经营,我们社区报又报道了一篇新闻,居民不高兴了。居民认为尽管室内经营,仍有烟排出来,而且还占道经营,最后居民把烧烤店给堵了,不让烧烤店经营。我们的社区报又报道了这个,政府又不干了。前后报道了三次,稿子本身没有问题,都是基于事实的报道。在这个事情中,居民的意见是合理的,政府的工作也做了,关键就是双方缺乏沟通对话。后来在社区报的推动下,开了一个座谈会,居民把自己的意见提出来,政府把能解决的问题和居民进行了沟通,最后促使该事件最终解决。”^⑦

(3)从工具到平台:从传播信息到建构公共空间。网络技术赋权使得“人人拥有麦克风”,社区媒体的用户既是媒体的使用者,也是媒体的生产者。在网络社区媒体上,用户个体看似支离破碎的内容表达经过媒体平台的汇集链接就呈现出媒体属性。有研究表明,在 2001 年到 2012 年间 182 个重要网络公民运动中,BBS 论坛争论抗议占到 96.2%^⑧。一方面,网络社区媒体为城市居民提供了低成本的参与方式和平台,社区居民可以随时随地通过网络社区媒体发表意见;另一方面,网络社区媒体的社区地域性又使得居民讨论的话题关联在相对集中的社区事项中,与现实的社区生活存在千丝万缕的联系。社区居民还直接参与社区媒体的服务环节,通过自身的参与建构起社区媒体的服务功能。在社区网站的论坛中,细分化的生活板块由居民个体根据自身经验设计,居民提供信息的过程实质上完成了社区媒体服务用户的过程。在社区媒体组织的社区活动中,居民的参与本身既是活动的目的,又是活动的内

容。无论是在内容信息上,还是在服务分享上,用户与社区媒体不再是传统的工具利用关系,而转向深度的公共空间建构。这种建构依赖社区媒体提供的平台和社区居民的参与,二者共同促成了公共空间的建立。

2. 基于社区治理目标的新功能

社区媒体不是社区建设的旁观者,而是社区建设的宣传者和建设者。只有主动介入社区事务,与社区同呼吸共命运,社区媒体才会有长久的生命力。在社区治理中,社区媒体通过发挥信息传播、社区服务、社区动员、公共平台等基本媒体功能,积极推动社区发展。具体表现在以下方面:

(1)营造认同。当前社区建设从管理走向治理,社区建设主体亟待多元化,改变了政府作为单一主体的传统管理模式,社区居民也将成为社区主体之一。但在现实中,社区居民由于缺乏对社区的认同,尚未完全意识到自己的地位。社区媒体可以通过传播社区新闻、服务信息,举办社区活动、提供服务等举措增加居民对社区的了解和关心,逐渐消除其对社区的冷漠感,慢慢培育“我是社区一分子”的意识,并通过社区服务等多种形式的利益关联使居民意识到社区“与我有关”“于我有益”,逐步建立起居民对社区的信任感和依赖感。要消除社区居民之间的陌生感,需要社区中情感信息的传播和分享。在这方面,社区媒体有着天然优势。例如,2016 年以来,《北青社区报》旗下的《顺义社区报》联合顺义文明办连续举办了三届“顺义好邻居”征集活动,每周报道一对好邻居家庭,社区内反响强烈。

(2)建构关系。在单位街居制时代,居民因为在同一个单位工作的业缘关系或者世代为邻的地缘关系等,彼此比较信任。当前社区居民来源比较多元,尽管居住在一个社区,但彼此缺乏沟通的外界环境,人与人之间变得疏离也就在所难免。要打破这种疏离的关系,重新建构彼此信任的联系,需要创造让社区居民面对面沟通的机会。举办形式多样的社区活动是一个很好的途径。社区媒体具有信息发布的优势,又处在第三方的独立位置,可以根据居民需求结合社区实际设置社区活动,激发社区居民参加社区活动的热情和积极性,增进了解与信任。例如,生活在北京回龙观小区的社区居民依托“回龙观社区网”,从线上走向线下,形成了许多兴趣团体。回龙观社区论坛下的“健身休闲”板块,登载了类似羽

毛球、足球、篮球的比赛活动信息,拥有不同体育爱好的社区居民借助网络论坛实现了彼此联系。以此类推,社区居民在不同的网络中交织,这些高密度的交织密切了居民之间的联系,有助于弱关系向强关系转变。

(3)培育自治。培育社区自治一方面离不开社区居民的广泛参与,一方面需要一定数量的社区社团组织。社区中的社团组织如慈善组织、志愿组织、兴趣爱好组织等,是增加社区居民之间日常联系和情感沟通的重要途径,又是培育社区情感和社区参与意识的重要平台。例如,“美丽经典园环保群”是北京美丽经典园小区居民自发组建的微信群,成立于2016年5月。微信群内以讨论环保问题、分享环保知识为主。尽管该群是环保交流群,但在实际讨论交流中,经常从环保话题扩散到日常的社区服务和生活交流,成为该社区居民日常联络交流的重要平台。

目前,有些社区中的社团组织由政府任命,其活动开展与社区居民的实际需求可能存在一定差距。然而如果完全由社区居民自行组建社团组织,由于缺少来自政府的支持,很多活动也无法开展。社区媒体完全有能力根据居民实际需求牵头成立一些社团组织,既能防止社团组织出现“管理失控”和“管理落空”状态,又利于协调政府与居民之间的关系。

四、结语

改革开放以来,单位制社区逐步解体,商品房社区不断涌现,这也使以单位为中心的社区传播系统不复存在。面对着日益异质化的社区居民,特别是

社区治理方式的转型,旧的社区传播系统已经瓦解,新的社区传播系统尚未建立,这就导致很多社区问题缺乏常规的沟通渠道,从而导致社区矛盾不断涌现。社区的发展依赖社区传播系统的发展,社区媒体的功能和价值也只有嵌入社区传播系统中进而参与社区治理,才能获得永久的生命力。社区媒体基于社区认同感和社区互动而产生,在社区信息传播中发挥核心协调作用,应逐步构建以社区媒体为中心,多种传播形式共存的社区传播系统,并充分利用自身的“第三方”优势,促使政府、物业、居民三者之间的对话沟通常态化、制度化,拓展社区公共空间,从而推动社区治理向纵深发展。我国社区媒体需要在培育构建社区共同体的道路上找准定位、拓展功能,才能走得更远。

注释

- ①[美]威尔伯·施拉姆、[美]威廉·波特:《传播学概论》,何道宽译,中国人民大学出版社,2010年,第2页。②王斌、古俊生:《参与、赋权与连接性行动:社区媒介的中国语境和理论意涵》,《国际新闻界》2014年第3期。③林福岳:《社区媒介定位的再思考:从社区媒介的社区认同功能论谈起》,《新闻学研究》1998年夏季卷(总第56期)。④黎智洪:《从管理到治理——我国城市社区管理模式转型研究》,经济日报出版社,2014年,第144—146页。⑤周宇豪:《作为社会资本的网络媒体研究》,武汉大学出版社,2014年,第75页。⑥任媛媛、王海涛:《社区报结构性变化对传统媒体转型的启示——以北京、上海、济南三家社区报为例》,《中国出版》2017年第15期。⑦参见笔者对北青社区报社区中心总监王海晋的深度访谈。⑧曾繁旭:《媒体作为调停人:公民行动与公共协商》,上海三联书店,2015年,第22页。

责任编辑:沐紫

The Function Reconstruction of Community Media in Grass-roots Governance under the Background of Internet

Wang Haitao

Abstract: With the rapid development of Internet technology, community media is facing the dual challenge of social structure change and media transformation, whose traditional function of disseminating community information is declining and the media value is constantly reducing. Returning to origin, community media should take the initiative in grass-roots governance, and play a central coordinating role in the construction of community communication system. Community media will reconstruct their functions from information dissemination to active grass-roots governance by gathering online and offline space, removing the barrier of information dissemination, absorbing multiple subjects of governance, focusing on dialogues and creating public spaces.

Key words: community media; communication; grass roots governance; function reconstruction